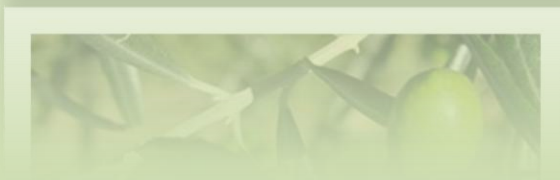


## Veille économique-Secteur oléicole Septembre 2013



# Sommaire

## Introduction

### 1. Etat des lieux du secteur oléicole national

- 1.1. Caractéristiques de la production
- 1.2. Situation de la filière Huile de l'olive
- 1.3. Situation de la filière olive de table
- 1.4. Prix
- 1.5. Qualité

### 2. Situation du marché mondial

- 2.1. Production
- 2.2. Consommation
- 2.3. Prix
- 2.4. Qualité

### 3. Nouvelles tendances du marché mondial des huiles d'olives

- 3.1. Tendances de la production mondiale
- 3.2. Perspectives du marché mondial
- 3.3. Analyse des tendances par marché
  - 3.3.1. Marché Américain
  - 3.3.2. Marché Espagnol
  - 3.3.3. Marché Grecque
  - 3.3.4. Marché Turque
  - 3.3.5. Marché Chinois
  - 3.3.6. Marché Indien
  - 3.3.7. Marché Japonais

## Introduction

L'huile d'olive **vierge** est un jus d'olive qui est récolté à **maturité optimale** et **correctement traité**. C'est une huile de haute valeur qui est pratiquement la seule huile végétale qui peut être consommée directement en l'état, appréciée pour sa saveur et ses caractéristiques nutraceutiques (de santé).

L'huile d'olive vierge est obtenue directement des olives par des procédés mécaniques dans des conditions thermiques qui ne provoquent aucune altération de sa qualité. Les seuls **traitements autorisés** sont le **lavage**, la **décantation**, la **centrifugation** et la **filtration**. Cette façon d'extraction protège l'huile de toutes les dégradations et préserve ses composants mineurs qui contribuent significativement à sa qualité et à sa bonne conservation. Tout mélange avec des huiles d'autres natures est exclu.

Les paramètres de qualité et d'authenticité de l'huile d'olive sont influençables par plusieurs facteurs, à savoir : la **variété**, l'**environnement**, les **techniques culturelles** et la **technologie d'extraction**. Toutefois, l'influence du facteur variétal reste la plus importante sur la qualité et la composition chimique des huiles d'olive produites sous des conditions adéquates de production et de trituration.

En fonction des différents critères de qualité, notamment le **degré d'acidité** et les **caractéristiques organoleptiques**, les huiles d'olive vierges sont commercialisées selon les catégories suivantes :

- **L'huile d'olive vierge extra** : C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :
  - acidité libre  $\leq 0,8\%$
  - médiane des défauts = 0
  - médiane du fruité  $> 0$

Les huiles appartenant à cette catégorie sont considérées comme les meilleures puisqu'elles représentent le vrai potentiel des olives des variétés utilisées suite à un meilleur choix du moment de la récolte et au respect des bonnes conditions de trituration. Dans cette catégorie, nous pouvons trouver une grande gamme d'huiles avec des arômes et des saveurs différentes qui dépendent de la variété, de la maturité des olives, des conditions climatiques et du mode de trituration.

- **L'huile d'olive vierge** : C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :
  - acidité libre  $\leq 2\%$
  - médiane des défauts :  $0 < m \leq 3,5$
  - médiane du fruité est supérieure  $> 0$

Les légers défauts sensoriels déprécient la qualité des huiles de cette catégorie face à l'huile vierge extra.

- **L'huile d'olive vierge courante** : C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :
  - acidité libre  $\leq 3,3$
  - médiane des défauts :  $3,5 < m \leq 6$
  - médiane des défauts est située entre  $0 < m \leq 3,5$  mais la médiane du fruité = 0

Cette huile présente par rapport aux huiles des catégories précédentes des variations sensibles dans ses caractéristiques physico-chimiques et organoleptiques. Dans le cas où ses caractéristiques sont notablement abîmées, cette huile peut être soumise au raffinage.

- **L'huile d'olive vierge lampante** : C'est une huile d'olive vierge ayant les caractéristiques suivantes :
  - acidité libre  $> 3,3\%$
  - médiane des défauts  $> 6$

Il s'agit de l'huile d'olive vierge de moins bonne qualité. Elle présente de fortes altérations. Cette huile ne peut pas être consommée en l'état et il est nécessaire de la soumettre à un processus de raffinage avant sa consommation, en donnant lieu à une huile d'olive raffinée qui possède des caractéristiques sensorielles neutres (pratiquement sans saveur ni odeurs) et qui sert de base pour la composition d'autres huiles, ou d'être destinée à des usages techniques (savonnerie ...).

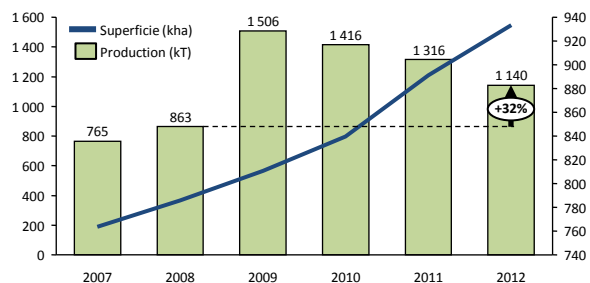
## 1. Etat des lieux du secteur oléicole national

### 1.1 Caractéristique de la production

Au Maroc, le secteur oléicole a une double vocation économique et sociale. La superficie arboricole nationale est en grande partie composée de la culture de l'olivier érigeant ce dernier en tant que principale culture fruitière du pays. Ainsi, la filière oléicole participe à hauteur de 5% au PIB agricole et de 15% aux exportations agroalimentaires.

L'oléiculture connaît actuellement une grande expansion avec un accroissement important de la superficie consacrée aux oliviers qui est passée de 763 000 ha en 2007/08 à 933 475 ha en 2012/13. Ce mouvement ascendant bénéficie notamment de la mise en œuvre de Plan Maroc Vert qui fixe comme objectif l'atteinte d'1,2 millions d'hectares de superficie plantée d'ici 2020.

2007-2012 Evolution de la superficie et de la production

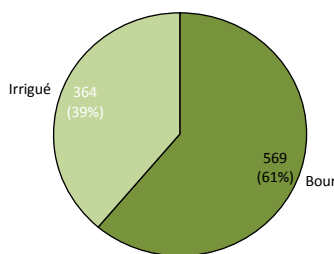


La principale variété cultivée est la *Picholine marocaine*, et constitue plus de 96 % de la superficie. Les 4 % restants se composent de la *Picholine Languedoc*, de la *Dahbia* et de la *Meslala*, qui sont cultivées en régime irrigué (Haouz, Tadla, El Kelâa) et de quelques variétés espagnoles et italiennes telles que la *Picual*, la *Manzanilla*, la *Gordal* et la *Frantoio*.

Cependant les orientations stratégiques pour le développement de la filière oléicole visent à travers la directive oléicole de 2012 à diversifier le verger nationale à travers la plantation des variétés autres que la *Picholine*. En effet, que ce soit dans le cadre des projets pilier II ou dans le cadre des subventions à la plantation FDA, ce sont les variétés *Menara* et *Haouzia* qui sont sensées être les plus plantées.

En termes de production, la filière oléicole a connu une nette croissance passant de 765377 tonnes en 2007 à 1,3 million de tonnes avec un pic de 1,5 millions de tonnes en 2010.

2012, Répartition de la superficie oléicole (kha)



Par ailleurs, la filière oléicole se divise en deux branches d'activités d'importance inégale à savoir :

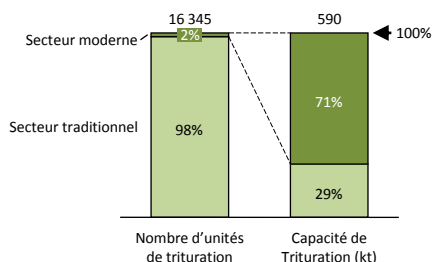
**L'huile d'olive** : environ 75% des olives produites sont destinés à la production de l'huile d'olive principalement pour le marché national (elle contribue notamment à répondre au besoin de consommation des huiles alimentaires à hauteur de 16%).

**Les olives de table** : la production est principalement destinée à l'exportation, représente 25% de la production totale.

## 1.2. Situation de la filière de l'huile d'olive

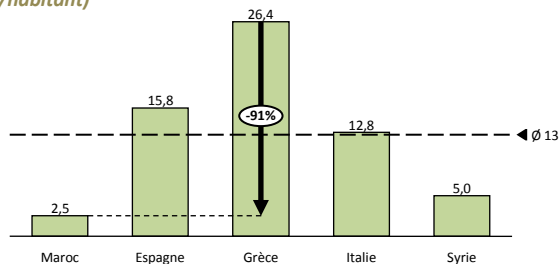
Au Maroc, la trituration des olives est réalisée par un secteur moderne composé d'unités industrielles et semi-industrielles et par un secteur traditionnel constitué d'unités artisanales (les maâstras).

2012, Caractéristiques du secteur de la transformation de l'huile d'olive



Il est important de signaler que la consommation nationale de ce produit reste encore faible par rapport aux autres pays du pourtour méditerranéen. L'enjeu est de convertir une partie de la consommation de l'huile végétale en huile d'olive, ce qui reste tributaire de la baisse de l'écart de prix entre ces deux huiles.

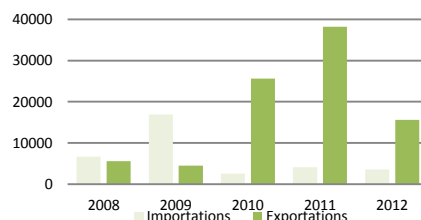
2012, Niveau de consommation de l'huile d'olive par pays (kg/habitant)



L'analyse de la filière de l'huile d'olive montre que plusieurs contraintes affectent négativement la qualité des huiles produites, notamment l'absence de contrôle de la qualité au niveau des unités de transformation. D'un autre côté, cette filière est marquée par la prédominance de la commercialisation locale de l'huile d'olive qui absorbe entre 85% et 95% de la production moyenne annuelle.

En termes de positionnement sur le marché international, les exportations d'huile d'olive marocaines restent concentrées sur deux principaux marchés à savoir l'Union Européenne et les Etats-Unis. Sous forme brute ou raffinée, ces exportations ont chuté au titre de la campagne 2012 s'établissant ainsi à 15640 tonnes contre 38 172 tonnes en 2011. Près d'un tiers de ce volume (environ 5kT) est constitué d'huile d'olive extra vierge.

2008-2012, Echanges commerciaux d'huile d'olive (T)



En termes d'origine des importations, l'Espagne, la France, l'Italie et la Tunisie constituent les principaux pays fournisseurs du marché national avec des volumes d'importations s'élevant à 3500 tonnes au cours de l'année 2012.

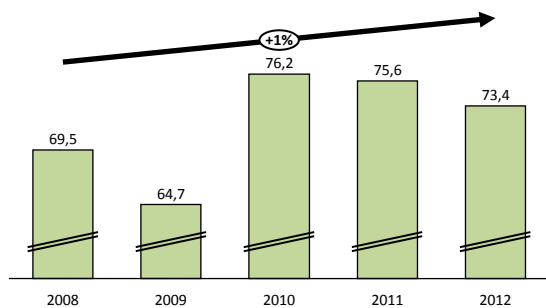
## 1.3. Situation de la filière Olives de table

La filière des conserves d'olive reçoit près de 25% de la production nationale d'olives et elle est composée de deux secteurs l'un traditionnel et l'autre moderne. L'activité traditionnelle de conservation d'olives n'est pas structurée et elle est essentiellement intégrée au commerce de détail exploitant des techniques artisanales. La conservation moderne est assurée par près de 68 unités constituant une capacité globale d'environ 190.000 tonnes par an.

La production des olives de table industrielles (120.000 tonnes par an en moyenne), est orientée pour près de 60% à l'exportation. Les quantités commercialisées

au niveau local sont présentées en majorité en vrac avec seulement près de 3.000 tonnes commercialisées sous forme conditionnée. La consommation intérieure en olives de table évaluée actuellement à 1,5 kg/personne/an, demeure faible et la consommation totale du Maroc ne constitue que près de 3% de la demande mondiale.

2008-2012 : Evolution des exportations des olives de table (KT)



#### 1.4. Prix

Le prix de l'huile d'olive a fortement augmenté ces dernières années. Ainsi, le prix du litre en vrac se situe à 40 DH en moyenne et a même atteint 50 DH dans certaines régions vs 25 à 30 DH, il y a deux ans. De ce fait, notre pays affiche les prix les plus élevés à l'international.

#### 1.5. Qualité

L'INRA intervient sur quatre volets stratégiques dans le contexte de l'amélioration de la qualité des huiles d'olive produites au Maroc, à savoir : la sélection variétale, l'encadrement et l'assistance pour une production de qualité, la valorisation des terroirs spécifiques en signe distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ) et la mise en place d'un casier oléicole national. En effet, grâce aux recherches de ses laboratoires, l'INRA a pu se constituer une banque de données, notamment sur les caractéristiques des principales variétés d'oliviers cultivées au Maroc (locales, introduites ou sélectionnées).

#### 1.5.1. Création variétale

Le travail d'amélioration génétique est une œuvre de longue haleine. Cependant, il représente la voie incontournable pour l'aboutissement à un matériel génétique nouveau et performant aussi bien en termes de rendement qu'en termes qualité.

Les travaux de la sélection clonale effectués au sein de la « Picholine Marocaine » dans l'olivieraie de la Ménara ont été entrepris dès 1981. Ces travaux ont abouti à la sélection de deux clones sur la base de leurs performances agronomiques et technologiques. Il s'agit des variétés « Haouzia » et « Ménara ». Elles ont une productivité élevée (60 Kg/arbre), une forte teneur en huile (24%), une alternance réduite, une entrée en production relativement rapide et sont résistants à *spiloea oleaginum*. Le laboratoire de la technologie des huiles de l'INRA recommande la Ménara comme variété à huile et la Haouzia comme variété d'olive de table.

Le programme des croisements génétiques entre les clones et variétés locales sélectionnées (Ménara, Haouzia, M26 et S19) et les variétés étrangères performantes (Manzanille « Espagne », Picholine de Languedoc « France », Arbequine « Espagne » et leccino « Italie ») a abouti à ce jour à cinq nouvelles variétés qui sont protégées et inscrites au catalogue national officiel. Elles seront proposées incessamment à une multiplication à grande échelle. Il s'agit des variétés : Michkate, Dalia, Baraka, Agdal et Tassaout. Elles offrent des performances chimiques et organoleptiques dépassant les performances de la variété locale et de certaines variétés étrangères introduites au Maroc.

Actuellement, un travail intense se réalise, sur les 1800 clones issus de croisement, pour la caractérisation chimique et organoleptique de leurs huiles ainsi que l'évaluation des performances de leur stabilité afin de sélectionner d'autres variétés potentielles qui vont enrichir le patrimoine génétique oléicole de notre pays.

#### *1.5.2. Encadrement et sensibilisation*

L'INRA en partenariat avec les Directions Régionales de l'Agriculture contribue à l'encadrement des coopératives et des Groupements d'Intérêt économique pour produire des huiles d'olive de qualités supérieures. L'INRA contribue également à l'organisation de concours à la qualité à l'échelle régionale et nationale. Le concours à la qualité est le moyen privilégié pour fonder une vraie notoriété pour les huiles d'olive marocaine et un appui pour une reconnaissance à l'échelle national et international.

#### *1.5.3. Mise en place des SDOQ*

L'INRA a initié depuis 2002 le processus de la mise en place des SDOQ. En effet, l'INRA compte à son effectif la première Appellation d'Origine Protégée (AOP) de l'huile d'olive au Maroc (AOP huile d'olive vierge extra Tyout Chiadma) et la seconde en phases finales de reconnaissance (AOP huile d'olive vierge extra Aghmat Aylane). A travers son expérience sur le terrain, l'INRA a mis en place une démarche scientifique pour l'élaboration des SDOQ, notamment pour les AOP de l'huile d'olive au Maroc.

#### *1.5.4. Mise en place d'un Casier Oléicole National*

L'étude du casier oléicole national coordonné scientifiquement par l'INRA et réalisé depuis 2011 en collaboration avec l'ENA représente

une opportunité d'évaluer les performances chimiques organoleptiques et technologiques de notre patrimoine oléicole dans les différents bassins. Les résultats préliminaires de cette étude sont encourageants et ont permis de caractériser les huiles de certains bassins oléicoles, d'identifier les performances, les anomalies et de quantifier le degré de variabilité au sein de la composition chimique et organoleptique de notre variété locale dominante (la Picholine marocaine). L'étude qui sera réalisée sur une période de quatre années, permettra également la délimitation des sites potentiels pour une éventuelle protection technologique à travers des signes distinctifs d'origine et de qualité (SDOQ).

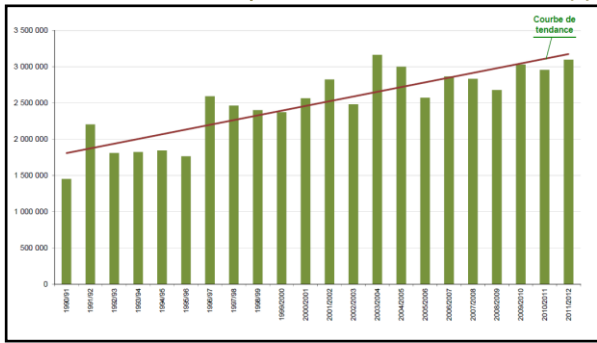
## **2. Situation du marché mondial**

### **2.1. Production**

La production mondiale a atteint un pic historique de 3 377 500 t en 2011/12, mais pour la campagne 2012/13 en cours, elle s'annonce inférieure de 26 %, chutant à un niveau comparable à celui de 2002/03. Cette baisse de la production globale est principalement due à une diminution de 1 006 600 t de la production espagnole, en baisse de - 62 % par rapport à la campagne précédente due à la succession d'une gelée sévère d'hiver et aux fortes chaleurs de l'été. Par ailleurs, la production moyenne d'huile d'olive dans l'UE au cours des dernières campagnes s'élève à 2,2 millions t et représente environ 73 % de la production mondiale. L'Espagne, l'Italie et la Grèce représentent environ 97 % de la production d'huile d'olive de l'UE dont environ 62 % pour l'Espagne.

La figure ci-après présente l'évolution de la production mondiale de l'huile d'olive entre les années 1990 et 2012.

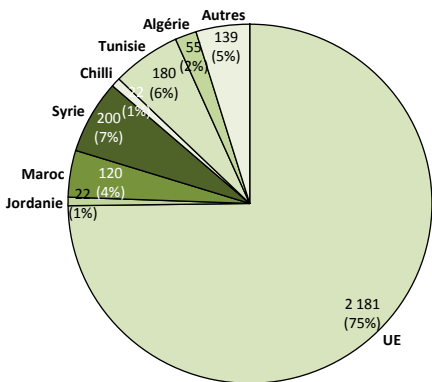
### 1990-2012 : Evolution de la production mondiale d'huile d'olive (T)



Sur le plan international, la production mondiale a doublé en l'espace de 15 ans. Elle est passée d'à peu près 1,5 million de tonnes dans les années 90 à trois millions aujourd'hui. Durant les cinq dernières années, le marché international a vu l'arrivée de nouveaux pays dans le secteur.

Sur le plan qualitatif en Espagne et pour l'année 2009, 35% de la production d'huile d'olive était de l'extra vierge, 32 % de la vierge et 33% de la lampante. En Italie, les pourcentages sont respectivement de 59%, 18% et 24 % pour ces trois catégories d'huile. Ces pourcentages varient d'une campagne à l'autre, notamment du fait des variations des conditions climatiques et de tendances du marché s'orientant vers des huiles de meilleurs qualités.

### 2012, Production d'huile d'olive par pays (KT)



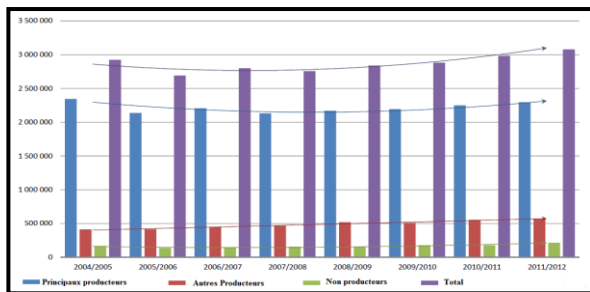
## 2.2. Consommation

L'UE est le plus grand consommateur mondial avec une part de 66 %. L'Espagne,

l'Italie et la Grèce concentrent environ 80 % de la consommation communautaire, qui s'élève à 1.900.000 t. La consommation semble se stabiliser dans les pays producteurs tandis qu'elle augmente en France et dans les Etats membres non producteurs.

Le modèle de consommation se présente différemment dans les trois principaux Etats membres producteurs. Alors qu'en Italie et en Grèce, la plus grande partie de l'huile consommée est de l'extra vierge, en Espagne, cette catégorie représente moins de la moitié de la consommation d'huile d'olive. La tendance générale s'oriente progressivement vers la consommation de la catégorie extra vierge.

### Evolution de la consommation mondiale par groupe de pays (T)



Le groupe des principaux consommateurs est constitué des pays suivants : Union Européenne, U.S.A., Syrie, Turquie, Maroc, Algérie, Brésil, Japon, Australie, Canada et Tunisie.

Deux tiers de la production de l'UE fait l'objet d'échanges commerciaux (intra et extra). Le commerce intracommunautaire est en croissance continue. Il s'élevait en 2010/11 à environ 1.000.000 t, soit 45% de la production de l'UE. L'Espagne est le plus gros fournisseur avec 655.000 t et l'Italie le plus gros acheteur avec 533.000 t. Les exportations de l'UE représentent environ 66 % des exportations mondiales. Les exportations sur pays tiers s'élevaient en

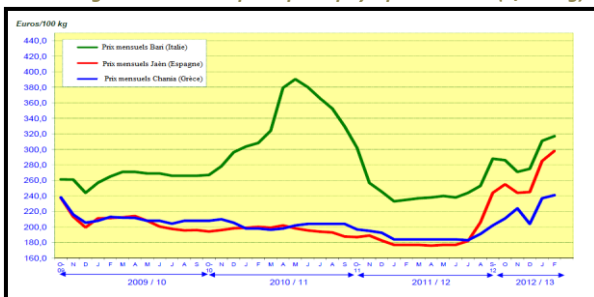


2010/11 à 447.000 t dont 225.000 t à partir de l'Espagne et 160.000 t de l'Italie. Les marchés les plus importants sont les USA, le Brésil, le Japon, l'Australie, la Russie et la Chine. Signalons que la Chine est un pays stratégique du fait que le marché croît de 100% par an. En 2012, les Chinois ont importé 45 000T d'huile d'olive dont 91 % de l'UE. Par ailleurs, les importations de l'UE s'élevaient en 2010/11 à environ 115 000T dont la majorité se réalise traditionnellement via le régime de perfectionnement actif et le reste dans le cadre de contingents à droits zéro avec les pays méditerranéens, principalement la Tunisie.

### 2.3.Prix

Les prix au producteur évoluent suivant l'offre et la demande. Ainsi, ils sont plus élevés sur les marchés déficitaires (Italie) que sur les marchés excédentaires (Espagne et Grèce). Les prix se différencient selon des critères reflétant en particulier la qualité de l'huile d'olive. Pour chaque catégorie d'huile vierge (extra vierge, vierge, lampante), le marché offre un prix en conséquence.

2009-2013, Evolution des prix à la production de l'huile d'olive extra vierge dans les trois principaux pays producteurs (€/100kg)



Par rapport à la même période de l'année précédente (2011/2012), les prix en Espagne ont fortement augmenté à partir de la fin juillet, et ce jusqu'à septembre où ils ont atteint 2,6 €/kg. A partir d'octobre, les prix sont restés stables. La hausse a repris dès le mois de Décembre pour atteindre 3 €/kg à fin Février. A partir du mois de mars, les prix

ont légèrement baissés ; ils s'établissent actuellement à 2,74 €/kg, soit + 54 % par rapport à la même période de la campagne précédente.

En Italie, et depuis septembre 2012, les prix les plus bas -2,61 €/kg- ont été enregistrés au mois de novembre. Ils ont ensuite augmenté pour atteindre 3,2 €/kg au mois de mai 2013, avant de chuter à 3,16 €/kg, niveau auquel ils se sont stabilisés.

Depuis juillet 2012, les niveaux prix en Grèce ont été inférieurs au marché espagnol et italien en raison d'une production supérieure à celle attendue. Ils sont passés de 2,04 €/kg pour décembre 2012 à 2,36 €/kg au mois de mai 2013, soit + 28 %.

### 2.4.Qualité

L'évolution de la consommation de l'huile d'olive vierge à l'échelon international est tributaire de sa qualité. Celle-ci est fondée sur des normes internationales définies par le Conseil Oléicole International (COI). Ces normes, en perpétuelle évolution, suivent d'une façon parallèle les progrès technologiques et l'évolution des méthodes d'analyses qui en découlent.

En effet, plusieurs paramètres interviennent dans l'évaluation de la qualité de l'huile d'olive. Selon la norme du COI, les caractéristiques chimiques et organoleptiques sont considérées en deux groupes : les critères de qualité (l'Acidité, l'Indice de peroxyde, l'Extinction spécifique et les caractéristiques organoleptiques) et les critères de pureté (Composition en acides gras, teneur en acides gras trans, composition en stérols et en dialcools triterpéniques, teneur en cires, la valeur de ECN42, ...).

### 3. Tendances du marché mondial des huiles d'olives

L'industrie de l'huile d'olive ne fonctionne pas en vase clos, elle est affectée par les tendances des industries concurrentes de légumes à l'huile, de la situation financière mondiale, des impératifs sociaux et de l'émergence de nouvelles technologies. La consommation d'huile d'olive a une très longue histoire et un avenir assuré. L'avenir sera façonné par la reconnaissance de l'industrie mondiale et la réponse stratégique aux nombreux défis auxquels elle sera confrontée.

Une étape importante pour répondre efficacement à ces enjeux aux niveaux local, régional et international, est la reconnaissance des tendances les plus importantes qui influenceront l'industrie de l'huile d'olive au cours des dix prochaines années.

#### 3.1. Tendances de la production mondiale

La mondialisation de l'huile d'olive a conduit à une nouvelle configuration du marché qui va déterminer la structure du marché dans les 10 prochaines années. Cette structure, selon les experts du marché, dépendra des éléments suivants :

- Au cours des deux dernières décennies, on a assisté à une expansion de la base de production dans des pays importateurs nets, à savoir les États-Unis, l'Australie, le Chili et plus récemment la Chine et l'Inde. Cette tendance peut être amenée à s'accélérer dans les prochaines années
- Les pays producteurs traditionnels, en particulier l'Espagne, ont élargi leur base de production dans les pays voisins tels que le Portugal et le Maroc. Ils

établissent aussi des joint-ventures en Amérique du Sud, en Chine et en Inde.

- La diffusion de variétés de régions spécifiques dans de nouvelles régions
- L'approvisionnement en olives se fait de plus en plus à partir de grands vergers moderne (Mécanisation et haute densité) au détriment des circuits traditionnels de collecte chez les petits producteurs.
- Le mouvement de concentration des grands groupes producteurs et exportateurs d'huile d'olive a poussé les petits et moyens producteurs à s'organiser dans des associations pour promouvoir la qualité de l'huile d'olives (Exemple de l'Espagne "Spanish Extra Virgin Olive Oil Association" qui regroupe 150 à 200 moulins à huile).
- Le ralentissement du programme de subvention en Europe
- Par ailleurs, afin de contrecarrer le risque de concurrence que présentent les productions des pays de l'hémisphère Sud, les grands groupes Européens d'huile d'olive tenteraient d'acquiescer des groupes producteurs de ces régions. Cette stratégie leur permettra le contrôle de la chaîne de valeur de l'huile d'olive depuis la production à la distribution en passant par la transformation.

#### 3.2. Perspectives du marché mondial

Les analyses récentes du marché de l'huile d'olive montrent que la compétition avec les huiles végétales prend et prendra de nouvelles formes. En effet, les prix de l'huile d'olive sont très sensibles aux paramètres de l'offre (production et stocks). Une augmentation des prix affecte systématiquement les parts de marché de l'huile d'olive dans le marché des huiles alimentaires.

Ainsi, les recherches biotechnologiques se développent pour promouvoir les bienfaits sur la santé et le goût de l'huile d'olive comparativement à d'autres huiles végétales (avocat, canola).

Pour la commercialisation, la forme de mise au marché constitue un facteur déterminant. En effet, avec le développement du secteur oléicole et des standards de qualité dans les pays traditionnellement exportateurs de l'huile d'olive en vrac, la concurrence entre marques va s'accroître davantage au profit des grandes marques qui disposent de plus de moyens pour promouvoir leurs marques auprès des consommateurs.

En ce qui concerne les circuits de commercialisation, les tendances actuelles érigent la grande distribution comme principal circuit de commercialisation avec 80% des quantités vendues. Cette montée des labels des GMS sur les bouteilles d'huile d'olive, risque d'écartier les producteurs moyens et petits au profit des grands groupes qui ont la logistique et les moyens de répondre aux exigences de qualité, de volume et de normes des grandes surfaces.

Par rapport aux produits, les analyses montrent que la qualité et le prix continueront d'être les principaux facteurs différenciant pour l'huile d'olive extra vierge. Dans ce cadre, la proportion d'huile d'olive extra vierge produite va continuer à augmenter au détriment de l'huile d'olive raffinée.

Il est à noter aussi que les perspectives de croissances du marché de l'huile d'olive poussent certains pays importateurs devenus producteurs à mettre des barrières non tarifaires à l'entrée. Dans ce cadre, les pays importateurs d'huile d'olive comme les USA et l'Australie sont entrain d'imposer un certain nombre de barrières comme :

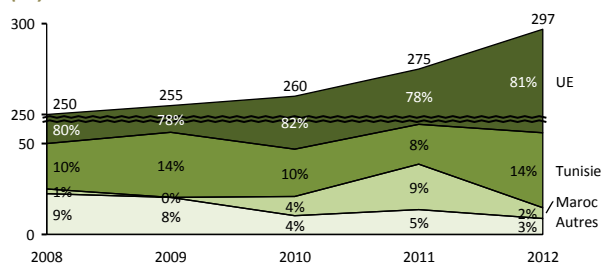
- Utilisation de l'instrument de recours en justice contre les marques de l'huile d'olive pour publicité trompeuse visant à créer la confusion et le doute chez le consommateur sur la qualité des produits importés.
- Tentatives d'introduire des « Marketing Order » soit des dispositions de contrôle et de vérification à la frontière des goûts de l'huile d'olive dans le Farm bill 2013. (Cf tendance du marché américain).
- Mise en avant des problèmes de fraude sur l'huile d'olive importée d'origine principalement italienne (principal exportateur vers les USA).
- Développement de normes propres aux USA vs norme internationale de l'huile d'olive du COI. Ceci se traduit par des couches de certifications et davantage de classification ce qui augmente les coûts de mise aux normes pour pénétrer le marché.

### 3.3. Analyse des tendances par marché

#### 3.3.1. Marché américain

Les Etats Unis, plus gros marché d'importation d'huile d'olive, a affiché entre Octobre 2012 et Mars 2013 une croissance estimée à 4% par rapport à l'année précédente. Aux USA, la campagne 2012/13 annonce un doublement de la production d'huile d'olive.

2008-2012, Importations des huiles d'olives par les USA par origine (kT)



L'Etat de Californie a pour ambition de produire plus d'huile d'olive de qualité. Dans ce cadre, les efforts consentis visent à construire une industrie nationale concurrentielle. Le projet de loi « Farm Bill » (subventions agricoles 2013-2017) s'inscrit dans cette logique pour imposer des restrictions sur la qualité de l'huile importée. Ce projet vise notamment la mise aux normes américaines des huiles d'olives importées.

Actuellement aux USA, le débat est ouvert entre les professionnels du secteur et les groupes politiques sur la pertinence des dispositions relatives à l'importation de l'huile d'olive dans le farm bill 2013.

Le point de vue des producteurs de la Californie qui soutiennent cette initiative considère que la mesure permettra de réduire les importations d'huile d'olive mal étiquetées et de qualité inférieures ce qui leur permettra d'accroître leurs parts de marché sur les huiles d'olive de qualité.

L'autre point de vue essentiellement de l'American Olive Oil Association North, composé des principaux importateurs et distributeurs, estime que l'initiative est une restriction au commerce qui se traduira par une augmentation des prix aux consommateurs et des coûts supplémentaires pour les petites entreprises. De plus, les experts marketing estiment que cette mesure n'est pas conforme aux règles de l'OMC.

### 3.3.2. Marché espagnol

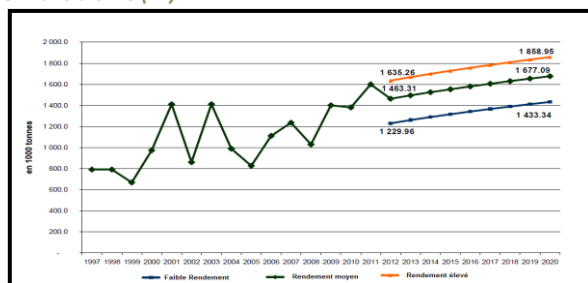
La campagne oléicole 2012/13 représente la pire récolte que l'Espagne n'ait jamais réalisée depuis une décennie. La production des olives a baissé de 62 % par rapport à la campagne précédente. Cette baisse est due selon l'Agence de l'huile d'olive de l'Espagne

(AAO) à la sécheresse et au gel tardif de l'année 2012 ce qui a réduit les rendements de façon drastique.

Pour la prochaine campagne oléicole, les fortes pluies du mois de juin ont provoqué l'apparition de maladies susceptibles de réduire les rendements de cette campagne. Les stocks à fin juin sont en baisse de 24% vs la moyenne des quatre dernières années.

Une étude de perspective de la production de l'huile d'olive basée sur trois scénarios de rendement (faible, moyen et élevé) a montré que pour 2020, la production espagnole pourrait atteindre 1.44 millions de tonnes dans le cas d'une saison à faible rendement, 1.68 millions de tonnes d'huile d'olive pour une saison à rendement moyen et 1,86 millions de tonnes pour une saison à haut rendement. La superficie irriguée pourrait augmenter de 90 000 hectares (de 681 000 hectares en 2011 à 771 000 hectares en 2020), tandis que la superficie non-irriguée pourrait diminuer d'environ 20 000 hectares (de 1,78 millions d'hectares en 2011 à 1.76 millions d'hectares en 2020).

1997-2020, Perspectives de l'évolution de la production espagnole en huile d'olive (kT)



A noter qu'en termes de qualité et de promotion lors de la dernière compétition organisée à New York et présentée comme la plus importante compétition des huiles d'olives dans le monde, l'Espagne a remporté 51 prix sur 250. Le Maroc n'en a remporté qu'un seul à travers la marque "Arije" (Atlas Olive Oil).

### 3.3.4. Marché grecque

Après l'augmentation des ventes d'huile d'olive grecs vers l'Allemagne et la Chine de 24% et 68%, respectivement au cours de l'année 2012, le Ministère Grecque de l'Agriculture prévoit l'augmentation des exportations vers l'Europe et hors Europe en 2013.

L'optimisme est en partie alimenté par la réglementation européenne adoptée récemment indiquant que certaines huiles d'olive peuvent porter le signe "polyphénols de l'huile d'olive contribuent à la protection des lipides sanguins contre le stress oxydatif." L'huile d'olive grecque, habituellement faite avec des olives Koroneiki, est particulièrement riche en polyphénols, et de nombreuses associations d'huile d'olive ainsi que des producteurs indépendants ont contacté le ministère pour avoir leurs produits testés et par la suite autorisés à porter la mention.

Par ailleurs, le ministère grecque envisage de lancer un site web dédié aux marchés étrangers afin de présenter toutes les caractéristiques de l'huile d'olive grecque. Un Atlas des huiles d'olive Grecque est également en phase d'élaboration listant toutes les huiles d'olive de Grèce étiquetées comme AOP (Appellation d'Origine Protégée), et décrivant leurs qualités.

### 3.3.4. Marché turque

L'Assemblée des exportateurs turcs (TIM) a annoncé un objectif à long terme d'augmenter les exportations d'huile d'olive pour atteindre une cible annuelle de 3,8 milliards de dollars pour 2023. Les turques attribuent cet optimisme à l'expansion de la demande mondiale d'huile d'olive dans les grands marchés émergents. L'offre d'huile d'olive turque est en pleine expansion suite à

la plantation de 60 millions d'arbres entre 2000 et 2013. Actuellement le verger oléicole turque compte 155 millions d'oliviers.

### 3.3.5. Marché Chinois

La Chine est devenu le sixième plus grand importateur d'huile d'olive espagnole. Cette origine constitue 58% du marché. Grâce notamment aux sites internet et aux réseaux sociaux, les consommateurs chinois ont une bonne connaissance de l'huile d'olive. Du fait d'un effort continu de promotion, une enquête a montré que les marques espagnoles et italiennes sont hautement reconnues par les consommateurs chinois.

Pour les nouveaux arrivants sur ce marché, le marketing en ligne et l'image de marque constituent une stratégie appropriée. Plus de 80% des Chinois s'intéressent à l'huile d'olive, s'informent sur sa consommation à travers internet.

### 3.3.6. Marché indien

D'après le COI, le marché indien constitue l'un des principaux marchés prometteurs où la croissance est importante. Selon les chiffres du COI, les importations indiennes de 2012 ont augmenté de 74% par rapport à 2010/11 pour un total de 9.400 tonnes. Sur les cinq premiers mois de 2013 la tendance haussière se confirme avec une croissance des importations de 48%.

Par ailleurs, avec des conditions de sécheresse qui pèsent sur l'Espagne, qui est le plus grand exportateur d'huile d'olive vers l'Inde, les prix de l'huile d'olive sur le marché indien ont fortement augmenté.

En plus de la hausse des coûts des intrants, l'augmentation des coûts de traitement et de transport ont mis la pression sur les

les importateurs d'huile d'olive indiens pour augmenter les prix. L'Association Olive Indian anticipe une hausse des prix d'au moins 35 à 40 % sur le marché indien de la distribution. Les entreprises d'huile d'olive indiennes sont susceptibles de répercuter cette hausse de prix sur les consommateurs. Ainsi, les grandes marques en Inde comme Leonardo et Borges ont déjà augmenté leurs prix au cours des derniers mois. Ces hausses de prix, auront des répercussions négatives sur la croissance de la consommation sur le marché indien.

Aussi et dans la perspective de réduire les importations indiennes, les agriculteurs du Rajasthan -un état désertique dans la frontière occidentale de l'Inde- investissent dans le secteur pour produire des olives avec l'aide d'experts de l'agro-industrie israélienne. En effet, un projet de partenariat est mis en place entre un groupement indien Finolex Plasson Industries Ltd et des investisseurs israéliens pour cultiver une superficie de 5000 ha au cours des 5 prochaines années.

### *3.3.7. Marché japonais*

Au cours de la dernière décennie, les importations d'huile d'olive au Japon ont augmenté de 41%, avec plus de 41.000 tonnes en 2010 ce qui place le pays au quatorzième rang dans le classement mondial des importateurs d'huile d'olive. Pour cette saison, les importations sont en hausse de 25 % par rapport à 2011/12 pour atteindre un total de 45 571 tonnes. Les chiffres du COI montrent que le marché japonais est dominé par les exportations espagnoles et italiennes. Les japonais ont une préférence pour l'huile d'olive vierge. Une étude récente de l'Institut Espagnol du Commerce Extérieur (ICEX) montre que les japonais préfèrent les bouteilles de 250 ml et achètent généralement leur huile d'olive

dans les supermarchés ou les petits magasins locaux où les prix de détail avarient de 300-1800 yens (4-23 \$). Bien que principalement consommé comme ingrédient alimentaire, les cosmétiques et les produits pharmaceutiques représentent un dixième de la consommation d'huile d'olive du Japon et la demande dans le segment des soins quotidiens de la peau a augmenté de manière importante. De même, les ventes sur Internet se développent de manière importante.